

1 相談件数の概要

(1) 相談件数の内訳(表1)

- 令和3年度の相談件数は4,842件で、前年度に比べて221件減少(95.6%)。
- 相談内容別では、行政苦情・行政相談17件(5件増)、県民生活相談1,332件(7件減)、消費生活相談3,493件(219件減)。

(表1) 相談内容別件数

		件数		前年度比 (%)
		令和3年度	令和2年度	
行政 相 苦 談 情	行政苦情	6	7	85.7
	行政相談	11	5	220.0
	小計	17	12	141.7
県 民 生 活 相 談	法律相談	1,039	961	108.1
	交通事故相談	63	86	73.3
	内職相談	105	142	73.9
	労働相談	125	150	83.3
	小計	1,332	1,339	99.5
消 費 生 活 相 談 ※1	店舗購入	714	807	88.5
	訪問販売	226	250	90.4
	通信販売	1,164	1,190	97.8
	マルチ・マルチまがい	61	41	148.8
	電話勧誘販売	179	201	89.1
	訪問購入 ※2	25	26	96.2
	その他・不明 ※3	1,124	1,197	93.9
	小計	3,493	3,712	94.1
合計		4,842	5,063	95.6

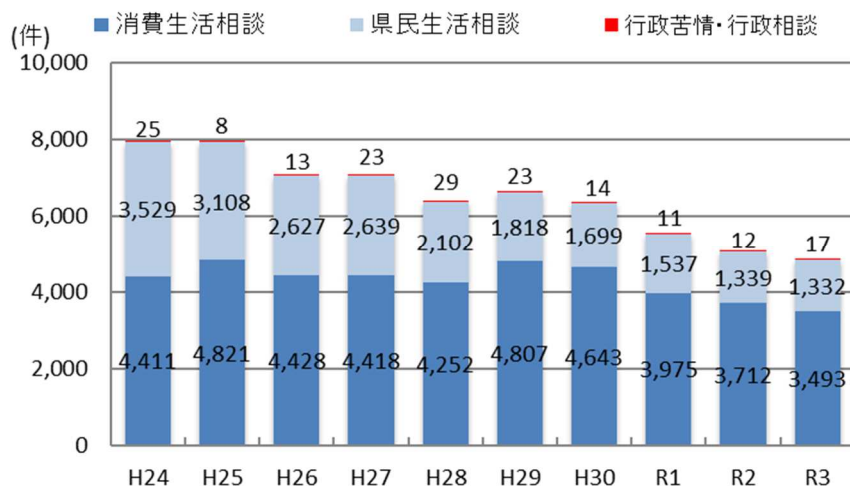
※1 国民生活センターの特定商取引法に基づく販売購入形態の区分による。

※2 訪問購入は、事業者が消費者の自宅等へ訪問して、物品等を購入する方法。

※3 その他・不明は、販売や購入とは無関係な相談や苦情などや、販売購入形態が不明なもの。

(2) 相談件数の推移(図1)

- 県民生活相談と消費生活相談は減少傾向にある。
- 令和3年4月、消費生活相談のメールによる相談を開始。17件の相談があった。



(図1) 相談件数の推移

3 消費生活相談の状況

(1) 全体の状況

① 商品・役務等別相談件数の状況(上位10分類) (表3)

- 前年度に比べ全体の相談件数は減少したが、貸金業に関連する「融資サービス」の相談が198件(121.5%)と増加。そのうち、多重債務の相談が128件(115.3%)と増加している。
- 「化粧品」に関連する相談が195件(161.2%)と増加。そのうち、「インターネットやSNSの広告から通常より低価格で購入したところ、数か月間の定期的な購入を条件とする契約だった。」といった定期購入に関連する相談が127件(215.3%)だった。
- 「健康食品」に関連する相談は、105件(53%)と減少。そのうち、定期購入契約に関連する相談も65件(59.1%)と減少した。
- パソコンの修理やウイルス除去、占いや祈祷、探偵、不用品回収などの「役務その他」に関連する相談が160件(103.2%)と増加している。

※相談件数3,493件 R2年度3,712件

(表3) 商品・役務等別相談件数

上段：R3年度（下段：R2年度）

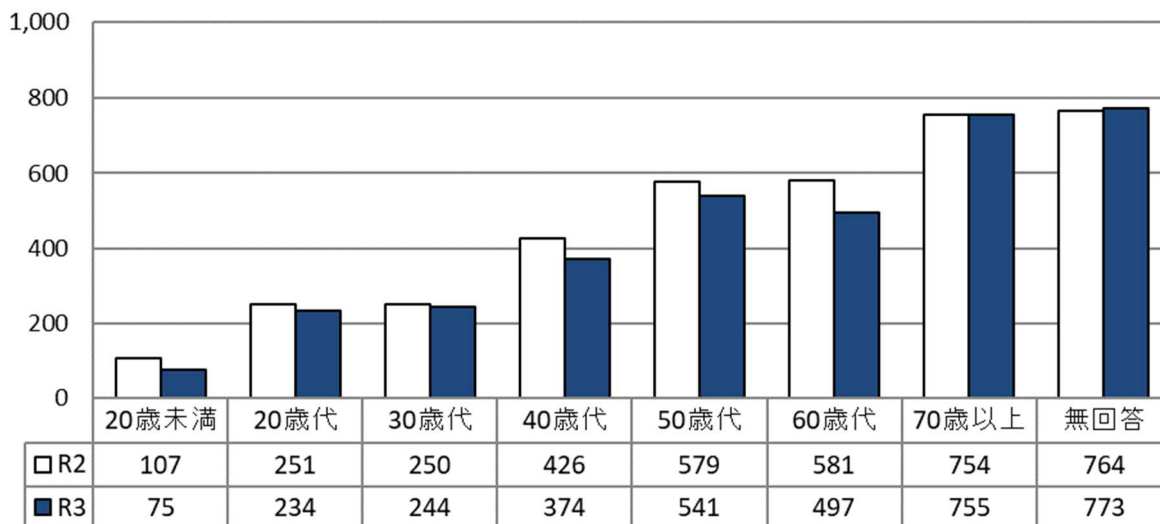
順位	商品・役務等別分類※	件数	割合(%)	
1 (1)	商品一般	299 (373)	8.6 (10.0)	商品を特定できない相談。身に覚えのない請求や注文していない商品が届いたなど
2 (5)	融資サービス	198 (163)	5.7 (4.4)	消費者金融、住宅ローン、カードローン、ヤミ金、多重債務など
3 (10)	化粧品	195 (121)	5.6 (3.3)	化粧品の定期購入の解約、販売方法、広告など
4 (6)	役務その他	160 (155)	4.6 (4.2)	弁護士、PCの修理やウイルス除去、占い、探偵、廃品回収、申請代行などの役務
5 (4)	相談その他	140 (175)	4.0 (4.7)	個人間のトラブル、売買契約のないものなど
6 (9)	集合住宅	128 (130)	3.7 (3.5)	賃貸住宅の原状回復費用・敷金の返還等、マンションの契約など
7 (7)	自動車	123 (136)	3.5 (3.7)	売買(新車・中古車)、整備、修理、下取り、ネット販売など
8	娯楽等情報配信サービス(◆)	119	3.4	アダルトサイトやコンテンツ配信サービスの請求や解約など
9 (3)	健康食品	105 (198)	3.0 (5.3)	健康食品の定期購入の解約、販売方法、広告など
10 (11)	戸建住宅	98 (110)	2.8 (3.0)	売買(新築・中古)、リフォーム、外壁や屋根の修理・塗装工事など

※ 国民生活センターのPIO-NET(全国消費生活情報ネットワーク・システム)の分類による。

(◆) R3年度に新設された分類

② 契約当事者年代別相談件数の状況(図2)

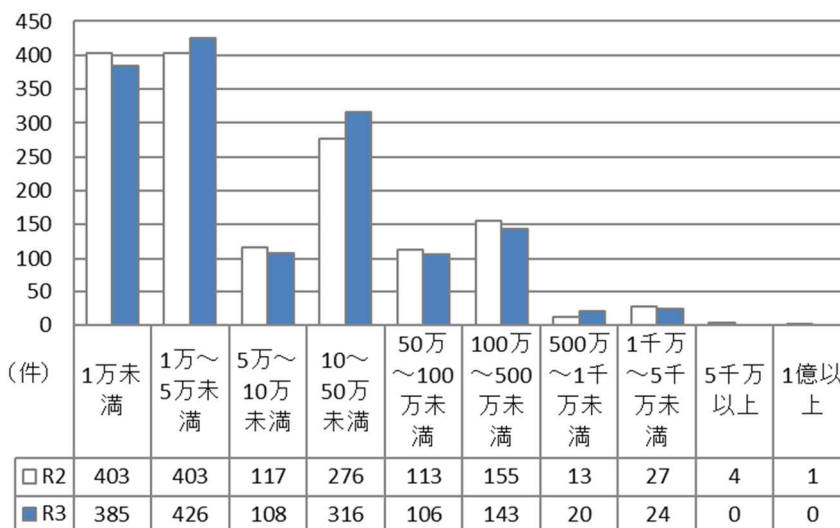
- 全体の相談件数（3,493件）の契約当事者年代別では、70歳以上が21.6%を占めて最も多く、次いで50歳代が15.5%、60歳代14.2%となっており、50歳代以上が全体の51.3%を占める。
- 20歳代以下の相談件数は、合わせて309件(86.3%)で減少。全体の8.8%。



(図2) 契約当事者年代別相談件数

③ 契約購入金額(図3)

- 契約購入金額が判明している相談件数は1,528件(101.1%)の平均の契約額は、約73万円で、前年度より約35万円低くなっている。
- 5万円未満の相談件数が811件となっており、全体の53%を占める。



(図3) 契約購入金額別相談件数

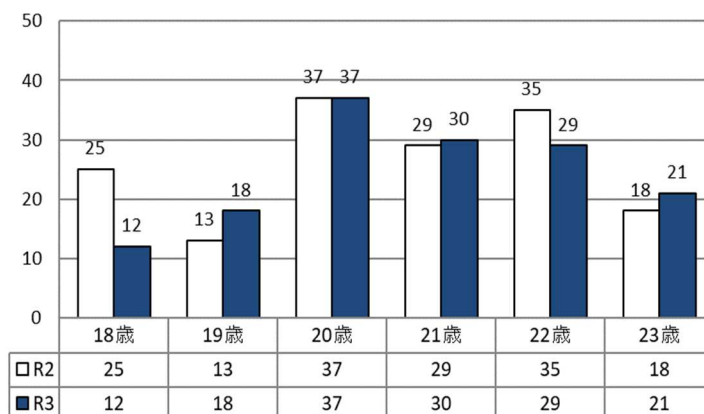
(2) 若年者の相談状況

① 契約当事者年齢別(18歳～23歳)の相談件数の状況(図4)

※令和3年度は、20歳未満(未成年)には、契約取り消しが適用された。
(令和4年4月から「18歳から大人」)

- 化粧品などの定期購入や、アパートの退去トラブルなどの相談が多い。

- 20歳から23歳までは、自動車購入やエステティックサービスなどの高額な契約、SNSで知り合った人に誘われたり、SNSの広告で知ったもうけ話などの契約に関連した相談が多い。



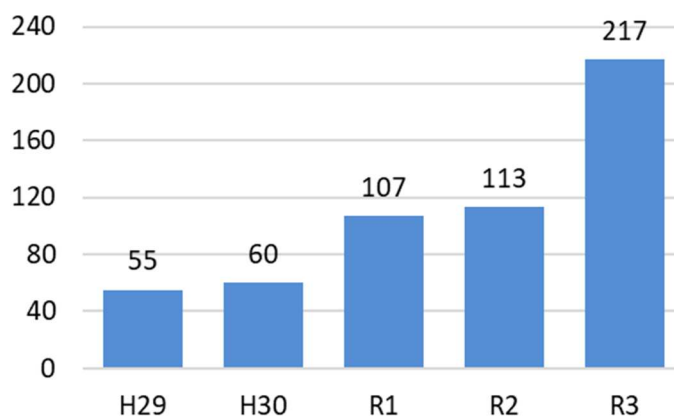
(図4) 契約当事者年齢別相談件数

(3) SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)がきっかけとなった相談の状況

「SNSの広告を見てお試しと思って購入したら定期購入だった」、「SNSで知り合った人から副業を紹介されたがもうからなかった」、「SNSの広告から商品を購入したが届かなかった」など、SNSをきっかけにした相談が増えている。

① 相談状況(図5)

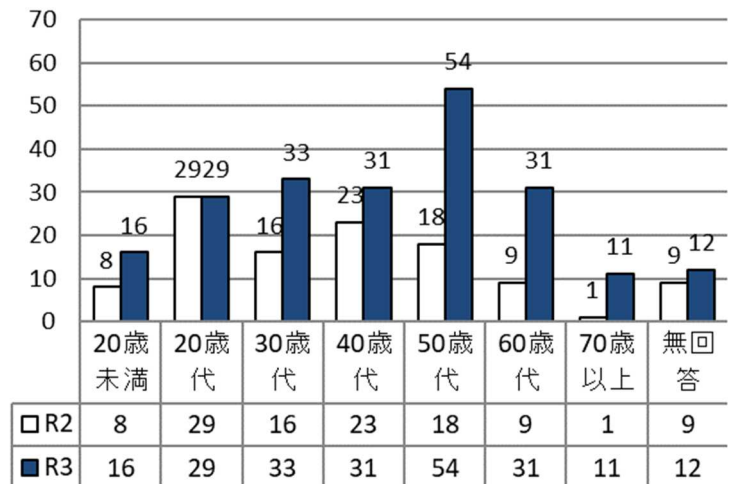
- 相談件数は217件(192%)と平成29年度の約4倍に増加している。



(図5) SNSをきっかけにした相談件数

② 契約当事者年代別相談件数(図6)

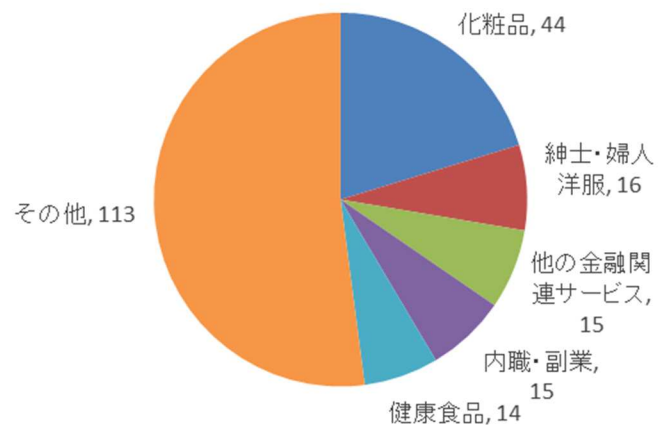
● 50歳代が54件(300%)、60歳代が31件(344.4%)と大きく増加している。これまであまり使用されていなかった年代でスマートフォンが普及し、SNSの利用が進んでいると推測される。



(図6) 契約当事者年代別相談件数

③ 商品分類別の相談状況(図7)

- 「化粧品」の相談が44件(488.9%)と最も多い。
- 「SNSの広告から購入したが届かない」、「粗悪品が届いた」などの「紳士・婦人洋服」の相談が16件(320%)と多い。
- 「暗号資産や投資で簡単にもうかる方法」など「他の金融関連サービス」の相談が15件(前年度1件)と増えた。



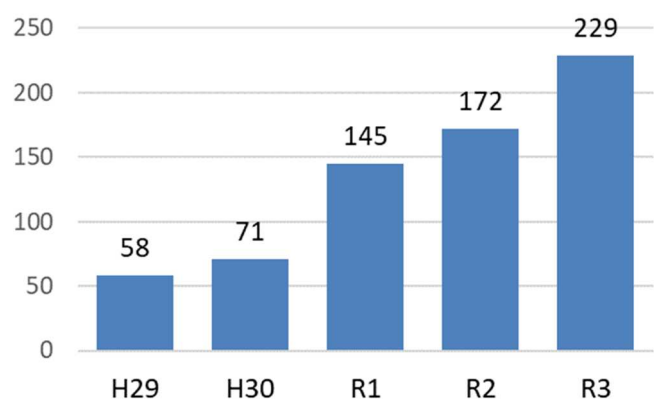
(図7) 商品分類別の相談状況

(4) 定期購入に関連する相談状況

インターネットやSNSの広告を見て、「1回だけのつもりで申し込んだが、定期購入になっていた」という相談が増加している。

① 過去5年間の相談状況(図8)

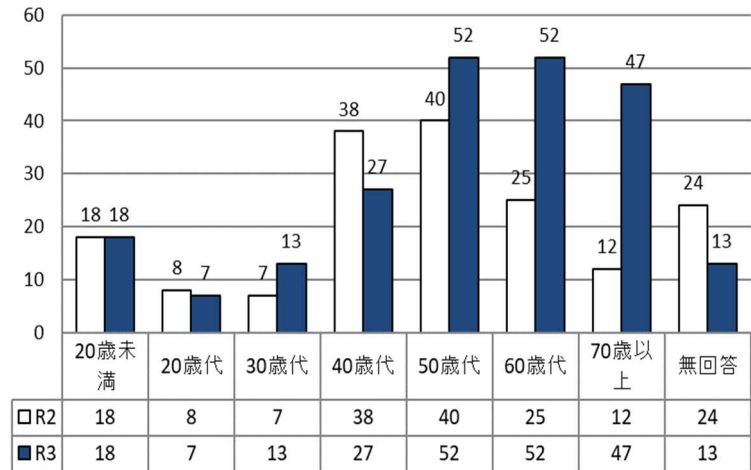
- 相談件数は229件(133.1%)と平成29年度の約4倍に増加している。



(図8) 定期購入に関連する相談件数

② 契約当事者年代別相談件数(図9)

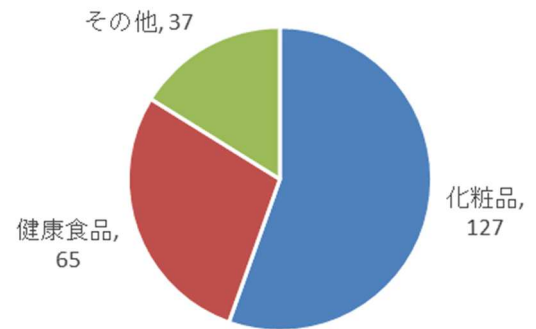
- 50歳代以上が合わせて151件(196.1%)と全体の65.9%を占める。
- 特に70歳以上では、前年度12件が47件と約4倍に増加している。



(図9) 契約当事者年代別相談件数

③ 商品役務別の相談件数(図10)

- 「化粧品」が127件(215.3%)と2倍以上増加し、全体の55.5%となっている。
- 「健康食品」は65件(59.1%)と4割減となっているが、全体の28.4%となっており、「化粧品」と合わせて、この2品目で全体の83.8%を占める。

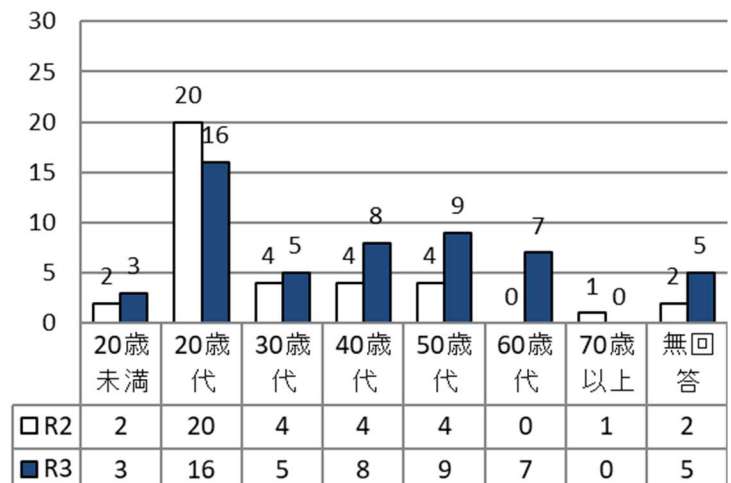


(図10) 商品分類別の相談状況

(5) 副業に関連する相談状況(図11)

SNSで知り合った人から勧められた「情報商材の購入」や「暗号資産への投資」、「相談にのるだけで」簡単に稼げるなどと強調するインターネット広告など、副業に関連する相談が増加している。

- 令和3年度は53件(143.2%)と約1.4倍に増加。
- 20歳代が16件(80%)と減少したものの、全体の約3割を占め、社会経験の少ない若年者が狙われていると推測される。



(図11) 契約当事者年代別相談件数

(6) 消費生活相談への対応状況^{※1}

- 対応状況 相談件数 3,493件
 - ・相談者が自主交渉するための助言 1,772件
 - ・一般的なアドバイスを行う情報提供 1,196件
 - ・斡旋（あっせん）^{※2} 246件（うち232件（94.3%）が解決）
 - ・他機関紹介、処理不能等 279件
- 助言、斡旋（あっせん）の結果、256件、約5千7百万円の救済金^{※3}が発生した。

※1 対応状況は、完結時期が翌年度になる場合があり暫定的な数字である。

※2 「斡旋」：相談者（消費者）と事業者との交渉が円滑に行われるように、県民生活センター相談員が介在すること。

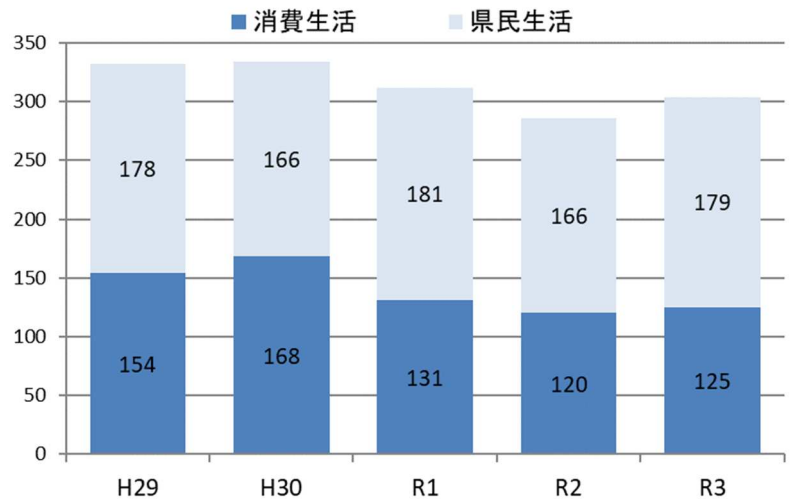
※3 「救済金」：県民生活センターにおいて助言や斡旋を行った結果、回復・防止に至った金額。

5 弁護士相談件数

① 相談件数（図12）

専門的な法律上の相談に対しては、毎週水曜日の無料弁護士相談を開催している。（1件30分）

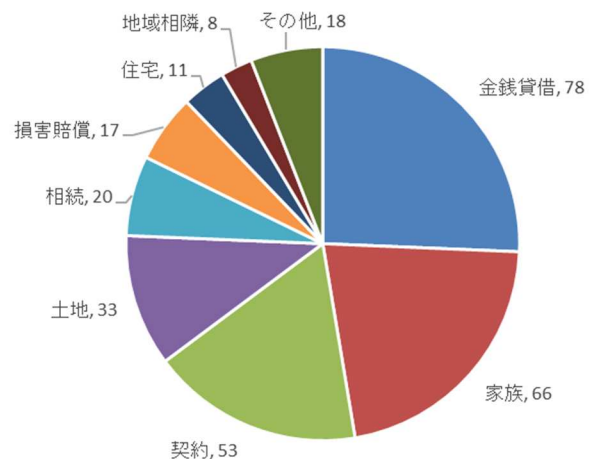
- 令和3年度は304件（106.3%）で県民生活相談が約6割を占める。



（図12）弁護士相談件数

② 相談内容別相談状況（図13）

- 「金銭貸借」が78件（144.4%）、「家族」が66件（150%）と前年度より増加している。
- 「損害賠償」が17件（34.7%）と前年度より減少している。



（図13）相談内容別の相談状況

6 啓発・情報提供

(1) 啓発活動

■ 出前講座の開催（表4）（表5）（表6）

令和3年度の開催回数は66回、受講者数は3,685人だった。

新型コロナウイルス感染症の影響により、出前講座の対象となる会議等の開催が減少した。

(表4) 令和3年度出前講座実施状況 (回)

児童生徒講座	若者講座	高齢者講座	一般成人講座	見守り関係者研修※	教職員研修	計
34	13	4	9	5	1	66

※消費生活協力員、福祉職員等

(表5) 出前講座開催回数及び受講者数

	H29	H30	R1	R2	R3
開催回数(回)	173	135	118	41	66
受講者数(人)	9,331	8,860	8,891	2,574	3,685

(表6) 出前講座テーマ例

最近の消費者トラブルの事例と対処法
 小学生・中学生・高校生・若者とネットトラブル
 消費者トラブルの現状と見守りの大切さ
 成人年齢引き下げ
 家庭内の事故防止、SDGs、食品ロス など

■ 消費者月間（5月）：ポスターの掲示、懸垂幕の設置

■ 高齢者及び若者における悪質商法被害防止のための活動（9月、1～3月）

関東甲信越ブロックの消費生活センター等と連携

(2) 情報提供

■ 消費生活情報誌「かいじ号」の発行・・・年4回

消費者問題や食の安全・安心に関する話題について情報提供。

■ テレビスポット「くらしの情報」の放映・・・山梨放送、テレビ山梨 各267回

消費生活に関する知識の普及や注意情報などの提供。

■ ホームページ、SNSアカウントの発信・・・随時

ホームページやFacebook、Twitterにより情報提供を行っている。

令和3年7月からLINEによる発信を開始した。

投稿回数：Facebook、Twitter 各54回、LINE 37回

■ 報道機関への情報提供・・・22件

報道機関に対し、最新の消費生活相談に関する情報を提供

■ 事業者への情報提供・・・45件

事業者に対し、消費生活相談に関する個別に事業者に関連する情報を提供